

Pengaruh Daya Tarik Objek Wisata terhadap Minat Berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor

Muhammad Sutiyadi¹, Ika Suryono Djunaid²

Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Bunda Mulia
muhammadsutiyadi21@gmail.com

ABSTRACT

Tourist Attraction is a support for Mount Geulis Camp Area Bogor which is very persuasive in making visitors interested and visiting. Tourist Attractions have differences starting with Attraction, Accessibility, Amenities and Ancillary Service. This study aims to determine the effect of tourist attraction on visiting intentions and strengthen existing theories. This study used a 100-response sample, and a questionnaire and a Likert scale were used for data collection. Validity, reliability, normality, and heteroscedasticity tests were then used in this study. The information checking strategy used in this review is the basic straight relapse check technique, then using speculation tests, namely the specific t test and f test, the coefficient of determination test (R^2). Based on the results of the T test, Attraction Amenities, Ancillary it can be concluded that acceptance has a Partial Influence on Interest in Visiting the Mount Geulis Camp Area Bogor, while Accessibility has no Partial Influence on Interest in Visiting the Mount Geulis Camp Area Bogor. and the results of the f test show that the variable Tourist Attractiveness and indicators affect the intention to visit simultaneously. Then the results of the test for the coefficient of determination can show that the value of r square is 29.9%, and it implies that there is an influence relationship between Tourist Attractiveness on visiting interest. then at that time, while the remaining 70.1% was influenced by various factors which will not be reviewed in this review.

Keywords: tourist attraction, mount Geulis camp Bogor area, interest in visiting.

ABSTRAK

Daya Tarik Wisata adalah sebuah bantuan untuk Gunung Geulis *Camp Area* Bogor yang sangat persuasif dalam membuat pengunjung tertarik dan berkunjung. Daya tarik wisata memiliki perbedaan mulai dengan *attraction, aksessibilitas, amenities* dan *ancillary service*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung dan memperkuat teori yang ada. Penelitian ini menggunakan sampel 100-respon, dan kuesioner dan skala Likert digunakan untuk pengumpulan data. Uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan heteroskedastisitas kemudian digunakan dalam penelitian ini. Strategi pemeriksaan informasi yang digunakan dalam tinjauan ini adalah teknik pemeriksaan dasar *straight relaps*, selanjutnya menggunakan uji spekulasi, yaitu uji t spesifik dan uji f, uji koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil uji T, *attraction amenities, ancillary* dapat ditarik kesimpulan bahwa diterima terdapat pengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor, sedangkan aksesibilitas tidak Terdapat pengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor. Hasil uji f memperlihatkan bahwa variabel daya tarik wisata serta indikator mempengaruhi

minat berkunjung secara simultan. Kemudian hasil pengujian koefisien determinasi dapat memperlihatkan bahwa nilai r^2 adalah 29,9%, dan itu menyiratkan bahwa ada hubungan pengaruh antara Daya Tarik Wisata terhadap minat berkunjung, sedangkan sisanya 70,1% dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tidak akan diulas dalam ulasan ini.

Kata Kunci: *daya tarik wisata, Gunung Geulis Camp Area Bogor, minat berkunjung.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor ekonomi yang mempunyai peran penting di perekonomian Indonesia. Menurut UU RI Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata mencakup beragam kegiatan pariwisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan dari masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah setempat. Industri ini memiliki dampak langsung pada perekonomian, masyarakat, serta budaya Indonesia. Pariwisata dianggap sebagai sektor industri yang dihargai serta berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional melalui kekayaan alam dan potensi wisata yang dimiliki setiap kawasan.

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia saat ini menunjukkan kemajuan yang cukup pesat. Khususnya di destinasi wisata alam yang terus berkembang hingga saat ini, hal tersebut dikarenakan industri ini dapat dikatakan dikelola secara komersial dan non komersial. Gunung Geulis Camp Area adalah lokasi pusat bumi perkemahan dan pelatihan *outbond* yang terletak di Jl. Bukit Pelangi No.2, Gn. Geulis, Kecamatan Sukaraja, Bogor, Jawa Barat. Tempat ini menawarkan berbagai kegiatan *outdoor*, termasuk *team building, family gathering, employee gathering, outbond, outing, adventure camp*, wisata *outbond* di Bogor, wisata camping untuk keluarga, *outing* perusahaan, *outbound* perusahaan, dan berbagai kegiatan lainnya.

Adapun fenomena yang ditemukan penulis adalah faktor 4A (*Attraction, Amenities, Accesability, Ancillary*) terhadap minat berkunjung menginap di Gunung Geulis Camp Area Bogor sehingga membuat wisatawan mempertimbangkan dalam melakukan pengambilan keputusan Berkunjung suatu objek wisata. Maka peneliti memutuskan untuk meneliti dan menuangkannya ke dalam skripsi dengan judul: "Pengaruh Daya Tarik Objek Wisata terhadap Minat Berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor".

METODE PENELITIAN

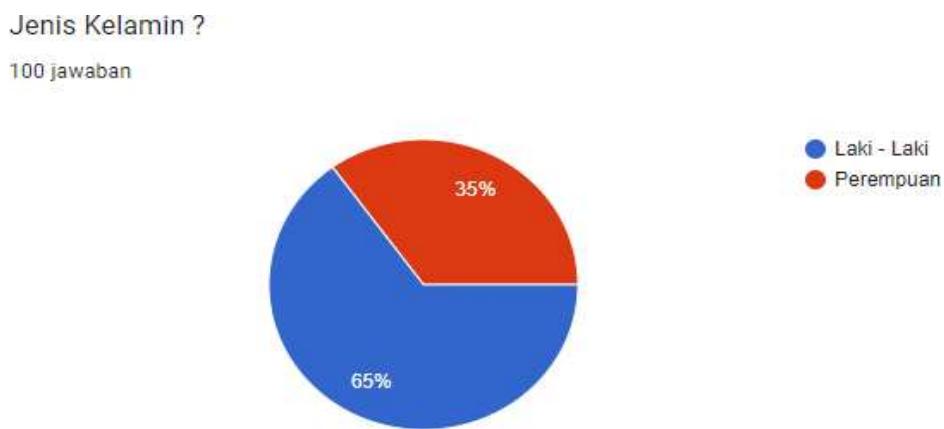
Penelitian ini menerapkan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Dalam rangka melakukan penelitian ini, penulis akan menggunakan berbagai cara untuk mengumpulkan data, termasuk kuesioner, wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah para wisatawan yang telah mengunjungi Gunung Geulis Camp Area, dengan total populasi sebanyak 1.857 pengunjung. Peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *accidental Sampling* dalam menentukan sampel penelitian. Setelah dilakukan perhitungan sampel, diperoleh jumlah sampel sebesar 94,89. Akan tetapi, demi konsistensi dan kemudahan dalam analisis,

peneliti membulatkannya menjadi 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Jenis Kelamin

Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

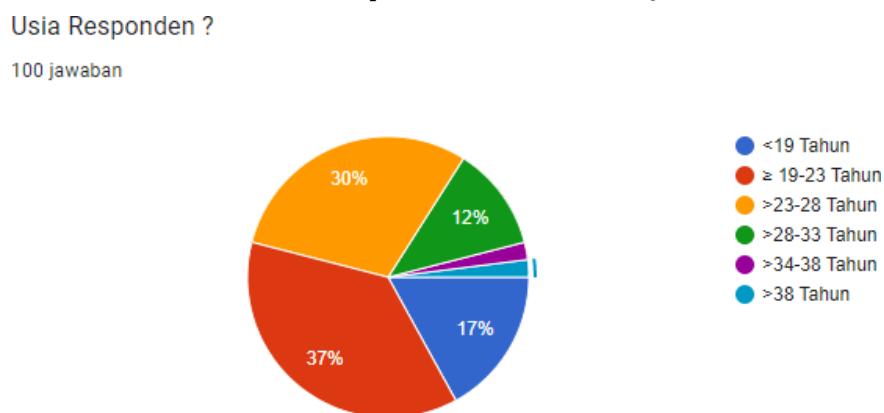


Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Data menunjukkan bahwa sebagian besar yang berkunjung ke Gunung Geulis Camp Area adalah Laki-laki dengan jumlah persentase sebesar 65% sedangkan 35% sisanya pengunjung Perempuan. Bawa dapat disimpulkan mayoritas pengunjung di Gunung Geulis Camp Area adalah laki-laki. Ini dikarenakan laki-laki menyukai berwisata *outdoor & camp area* baik perorangan ataupun bergerombol karena ajakan teman sekolah atau rekan kerja.

2) Usia

Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia



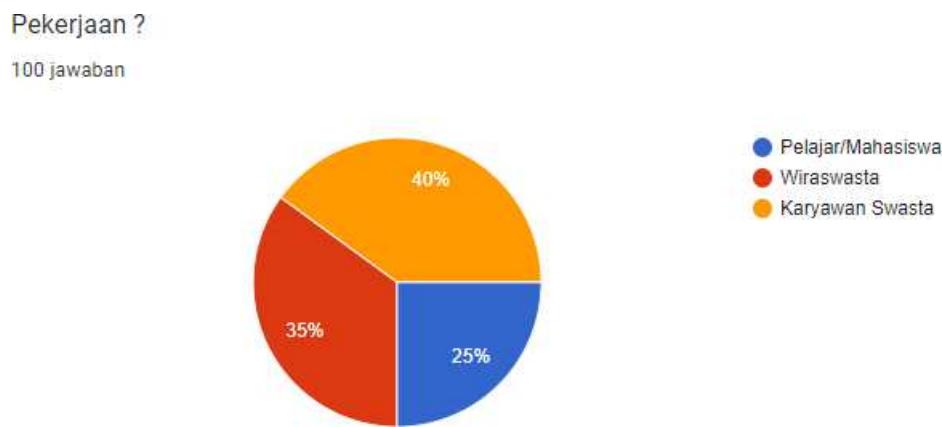
Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Data menunjukkan bahwa sebanyak 37% pengunjung berusia 19-23 tahun, 30% pengunjung berusia 23-28 tahun, 17% pengunjung berusia <19 tahun, 12%

pengunjung berusia >28-33 tahun, 2% di usia >34-38 & usia >38. Maka responden yang pernah menginap di Villa Gunung Geulis Camp Area Bogor adalah berusia 19-23 tahun. Hal ini dikarenakan banyak anak muda khususnya Laki-laki yang berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor dengan tujuan berwisata alam.

3) Pekerjaan

Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

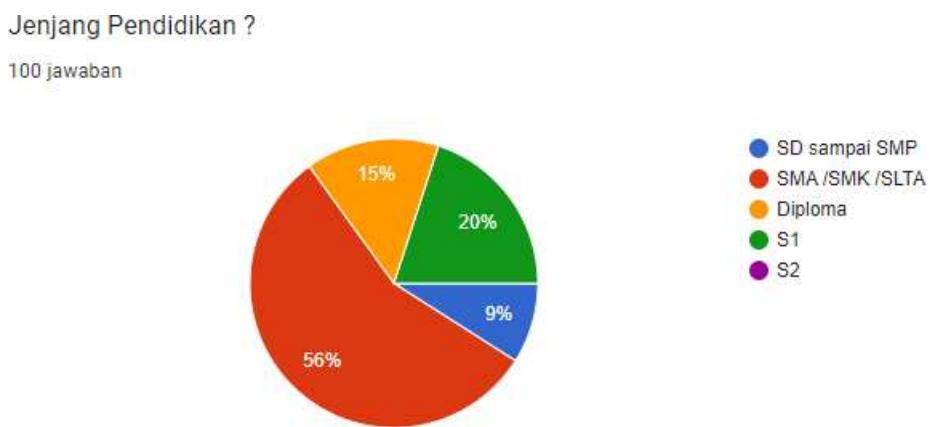


Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Terlihat bahwa sebesar 40% pengunjung bekerja sebagai Karyawan Swasta, 35% pengunjung bekerja sebagai Wiraswasta dan 25% pengunjung bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang pernah berkunjung Villa Gunung Geulis Camp Area Bogor bekerja sebagian Karyawan Swasta dan Wiraswasta, hal ini dapat dikarenakan Karyawan Swasta dan Wiraswasta memiliki pemasukan maupun pendapatan yang cukup untuk berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor.

4) Jenjang Pendidikan

Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Jenjang Pendidikan

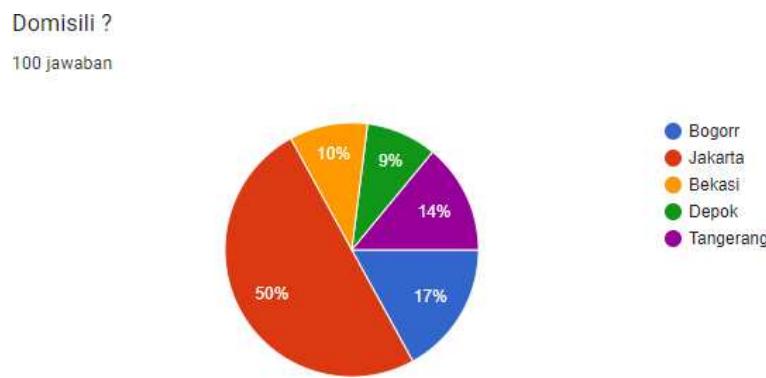


Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Data menunjukkan bahwa Jenjang Pendidikan SMA/SMK 56%, Jenjang Pendidikan S1 sebanyak 20%, Jenjang Pendidikan Diploma 15%, untuk Jenjang SD-SMP hanya 9%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden yang pernah berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor memiliki jenjang pendidikan akhir sebagai seorang SMK/SMA.

5) Domisili

Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Jenjang Pendidikan



Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Diagram menunjukkan pengolahan data bahwa sebanyak 50% pengunjung dari Jakarta, 17% pengunjung dari Bogor, 14% pengunjung dari Tangerang, 10% pengunjung dari Bekasi, 9% pengunjung dari Depok. Dapat disimpulkan bahwa banyaknya pengunjung dari Jakarta hal ini dikarenakan Bogor merupakan tempat Daya Tarik yang menawarkan pesona alam sehingga pengunjung yang dari kota Jakarta ingin merasakan Wisata Alam yang dimiliki Gunung Geulis Camp Area Bogor.

Analisis Data dan Interpretasi

1) Uji Validitas

➤ Hasil Uji Validitas Variabel X Daya Tarik Wisata

Tabel 1. Hasil Perhitungan Uji Validitas X

Nama Variable	Rhitung	Rtabel	Keterangan
DT1	0,240	0,1966	VALID
DT2	0,359	0,1966	VALID
DT3	0,488	0,1966	VALID
DT4	0,636	0,1966	VALID
DT5	0,359	0,1966	VALID
DT6	0,430	0,1966	VALID
DT7	0,415	0,1966	VALID
DT8	0,552	0,1966	VALID
DT9	0,420	0,1966	VALID

Sumber: Hasilnya Pengolahan Data oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil analisis tabel uji validitas, dapat dinyatakan bahwa semua indikator pertanyaan pada variabel X (Daya Tarik) menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,1966). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pernyataan pada variabel Daya Tarik telah terbukti valid dan dapat dipergunakan untuk tahap selanjutnya dalam penelitian ini. Namun, perlu ditegaskan bahwa terdapat variasi data dari tingkat terendah hingga tertinggi yang disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk variasi dalam pertanyaan yang diberikan oleh peneliti kepada sampel. Hal ini menyebabkan respons dari sampel bervariasi, tergantung pada persepsi individu mereka terhadap Gunung Geulis Camp Area, Bogor.

➤ **Hasil Uji Validitas Variabel Y Minat Berkunjung**

Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji Validitas Y

Nama Variable	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
KB1	0,475	0,1966	VALID
KB2	0,464	0,1966	VALID
KB3	0,404	0,1966	VALID
KB4	0,439	0,1966	VALID
KB5	0,340	0,1966	VALID
KB6	0,398	0,1966	VALID
KB7	0,281	0,1966	VALID
KB8	0,454	0,1966	VALID

Sumber: Hasilnya Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel Uji Validitas Minat Berkunjung menunjukkan hasil nilai $R > R$ tabel (0,1966) sehingga dinyatakan valid.

2) Uji Realibilitas

➤ **Hasil Uji Realibilitas Variable X Daya Tarik Wisata**

Tabel 3. Hasil Perhitungan Uji Reabilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.460	9

Sumber: Hasil Pengolahan oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel uji reliabilitas di atas, terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel X Daya Tarik Wisata adalah 0,460. Nilai ini lebih besar dari batas minimal yang ditetapkan yaitu 0,1966. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel Daya Tarik Wisata memiliki reliabilitas yang cukup baik dan dapat dipercaya. Dengan demikian, data dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya dalam penelitian ini.

➤ **Hasil Uji Reabilitas Variabel Y Minat Berkunjung**

Tabel 4. Hasil Perhitungan Uji Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics		
Cronbach's	Alpha	N of Items
.210	8	

Sumber: Hasil Pengolahan Oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel uji reliabilitas di atas, terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel X Daya Tarik Wisata adalah 0,210. Angka ini juga melebihi batas minimal yang telah ditetapkan sebesar 0,1966. Temuan ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang ada dalam variabel Daya Tarik Wisata memiliki tingkat reliabilitas yang memadai dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, data tersebut dapat dipertimbangkan untuk digunakan dalam tahap selanjutnya dalam penelitian ini.

3) Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	1.95706948
	Deviation	
Most Extreme	Absolute	.080
Differences	Positive	.054
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.116 ^c

Sumber: Hasil Pengolahan Oleh Peneliti, 2023

- a. *Test distribution is Normal.*
- b. *Calculated from data.*
- c. *Lilliefors Significance Correction.*

Penelitian ini akan dianggap mengikuti distribusi normal jika nilai signifikansi berada di atas 5% (0,05). Berdasarkan hasil uji normalitas *one-sample* Kolmogorov-Smirnov pada variabel Daya Tarik Wisata, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,116, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data pada variabel Daya Tarik Wisata dapat dianggap mengikuti distribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients	B	Beta	Coefficients		
1 (Constant)	14.993	2.158			6.949	.000
Attraction	.352	.176	.175	.175	1.994	.049
Accesbility	-.428	.243	-.216	-.216	-1.761	.081
Amenities	.529	.151	.311	.311	3.499	.001
Ancillary	1.099	.260	.509	.509	4.228	.000
Service						

Sumber: Hasil Pengolahan Oleh Peneliti, 2023

- a. *Dependent Variable: Minat Berkunjung*

Berdasarkan hasil yang di dapatkan melalui SPSS 25, maka didapatkan nilai signifikansi dari Daya Tarik Wisata dengan indikator *Attraction* dengan nilai 0,49, *Accesbility* dengan nilai 0,81, *Amenities* 0,01 dan 0,00 *Ancillary Service* lalu sehingga disimpulkan penelitian ini adalah tidak terjadinya Heteroskedastisitas yang dimana *General Ancillary Service* dan *Amenities* indikator *Daya Tarik Wisata* > 0,05.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 7. Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients^a					
	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients	Std. Error	Beta	Coefficients		
1 (Constant)	14.993	2.158			6.949	.000
Attraction	.352	.176	.175	.175	1.994	.049
Accesbility	-.428	.243	-.216	-.216	-1.761	.081
Amenities	.529	.151	.311	.311	3.499	.001
Ancillary Service	1.099	.260	.509	.509	4.228	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Oleh Peneliti, 2023

a. *Dependent Variable:* Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil dari SPSS 25, maka analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah $Y = 0,00 (\text{Attraction}) + 0,49 (\text{Accesbility}) + 0,428 (\text{Amenities}) + -0,529 (\text{Ancillary Service}) + 1,099 + 14.993 (\text{Constant})$

Maka interpretasi yang terdapat persamaan regresi di atas antara lain, sebagai berikut:

- Nilai *constant* adalah 14.993 yang artinya variabel *independent* (*Daya Tarik Wisata*) diasumsikan 0 (konstan), maka variabel *dependent* (minat berkunjung) adalah 14.993.
- Nilai pada koefisien regresi dengan indicator Daya tarik Wisata (*attraction* 0,352 *accessibility* -0,428 dan *amenities* 0,529) maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut dukungan yang positif terhadap minat berkunjung. Ini berati semakin berkurang nilai indikator pada Daya Tarik Wisata seperti: *attraction*, *accessibility* dan, *amenities* maka akan semakin besar minat berkunjung juga.
- Sedangkan untuk nilai variabel Daya tarik Wisata pada indikator *Ancillary Service* adalah -1,099 memiliki dukungan yang negatif terhadap minat beli konsumen. Yang berati semakin besar nilai indikator *Ancillary Service* maka akan semakin kecil minat beli konsumennya juga.

4) Uji Hipotesis

1. UJI T

Tabel 8. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	14.993	2.158		6.949	.000
Attraction	.352	.176	.175	1.994	.049
Accesbility	-.428	.243	-.216	-1.761	.081
Amenities	.529	.151	.311	3.499	.001
Ancillary Service	1.099	.260	.509	4.228	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Oleh Peneliti, 2023

a. *Dependent Variable:* Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- Seluruh dimensi pengaruh daya tarik wisata memiliki nilai signifikansi $0,049 < 0,05$ dan t hitung $< t$ tabel dapat dikatakan dimensi atraksi tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung.
- Seluruh dimensi pengaruh daya tarik wisata memiliki nilai signifikansi $0,081 < 0,05$ dan t hitung $< t$ tabel dapat dikatakan dimensi aksesibilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung.
- Seluruh dimensi pengaruh daya tarik wisata memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan t hitung $< t$ tabel dapat dikatakan dimensi fasilitas memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung.
- Seluruh dimensi pengaruh daya tarik memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t hitung $< t$ tabel dapat dikatakan dimensi jasa pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung.

2. UJI F

Tabel 9. Uji F

ANOVA^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	142.636	4	35.659	10.108	.000 ^b
Residual	335.124	95	3.528		
Total	477.760	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Oleh Peneliti, 2023

a. *Dependent Variable:* Minat Berkunjung

b. *Predictors:* (Constant), Ancillary Service, Attraction, Amenities, Accesbility

Dari hasil uji F pada tabel ANOVA, terlihat bahwa nilai signifikansi adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai F hitung adalah 10,108, yang juga lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 2,47. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H5 diterima. Artinya, semua variabel X (Daya Tarik Wisata) yang mencakup Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, dan Layanan Tambahan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Minat Berkunjung) di Gunung Geulis Camp Area, Bogor.

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 10. Hasil Uji Koefiesien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of
			Square	the Estimate
1	.546 ^a	.299	.269	1.878

Sumber: Hasil Pengolahan Data oleh Peneliti, 2023

a. *Predictors:* (Constant), Ancillary Service, Attraction, Amenities, Accesbility

Dari tabel uji koefisien determinasi didapatkan bahwa nilai R square adalah 0,299 yang dihasilkan dari menguadratkan nilai korelasi yaitu $0,546 \times 0,546 = 0,299$. Nilai R Square sebesar 0,299 menunjukkan bahwa 29% dari

variasi pada variabel Y (Minat Berkunjung) dapat dijelaskan oleh variabel X1 (Daya Tarik Wisata) secara bersama-sama. Dengan kata lain, variabel Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh bersama-sama terhadap variabel Minat Berkunjung.

Pembahasan Penelitian

Penelitian ini melibatkan 100 orang responden yang telah mengunjungi Gunung Geulis Camp Area, Bogor. Para responden diminta untuk mengisi kuesioner yang berisi pernyataan mengenai Persepsi Harga dan Keputusan Menginap. Setelah kuesioner disebar kepada 100 responden dan data telah diolah, peneliti mendapatkan beberapa hasil data sebagai berikut: [Silahkan masukkan hasil data yang ingin Anda sertakan untuk dilanjutkan parafasanya.]

- Berdasarkan responden yang pernah berkunjung Gunung Geulis Camp Area Bogor sebesar 100%.
- Berdasarkan jenis kelamin yang pernah berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor adalah laki - laki senilai 65% dan 35% adalah perempuan.
- Berdasarkan usia pengunjung yang pernah berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor berusia antara 19-23 tahun.
- Berdasarkan jenjang pendidikan akhir pengunjung yang pernah berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor adalah SMK/SMA.
- Berdasarkan pekerjaan pengunjung yang pernah berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor adalah Karyawan Swasta.
- Berdasarkan wilayah domisili pengunjung yang pernah berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor adalah warga Jakarta.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang membahas "Pengaruh Daya Tarik Objek Wisata terhadap Minat Berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor", maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F, dapat disimpulkan bahwa (*Attraction, Acessibility, Amenities, and Ancillary Service*) H1 diterima dengan "Terdapat pengaruh secara simultan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor". Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan hasil bahwa variabel Minat beli Konsumen (Y) dipengaruhi oleh Daya Tarik Wisata (X) sebesar 29,9% dan sisanya sebesar 70,1% dijelaskan dengan variabel lain di luar penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil uji T, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Attraction* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Berkunjung (Y). Dapat ditarik kesimpulan bahwa H2 dengan "Tidak terdapat pengaruh Secara Terhadap Minat berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor"
3. Berdasarkan hasil uji T, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel

accessibility (X2) tidak mempengaruhi secara signifikan variabel Minat Berkunjung (Y). Dapat ditarik kesimpulan bahwa H3 diterima.

4. dengan "Terdapat Pengaruh Secara Parsial *Amenities* Terhadap Minat Berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor".
5. Berdasarkan hasil uji T, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Amenities* (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Berkunjung (Y) Dapat ditarik kesimpulan bahwa H4 diterima dengan "Terdapat Pengaruh Secara Parsial *Store Layout* Terhadap Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Hawaii, Sanggau Kalimantan Barat".
6. Berdasarkan hasil uji T, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Ancillary Service* (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Berkunjung (Y). Dapat ditarik kesimpulan bahwa H5 diterima dengan "Terdapat Pengaruh terhadap minat berkunjung di Gunung Geulis Camp Area Bogor"

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Y., & Ratnawili. (2021). Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah. *Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2, 129–137.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (n.d.). Jumlah Daya Tarik Wisata 2018. Retrieved April 16, 2023, from <https://jabar.bps.go.id/indicator/16/397/1/jumlah-daya-tarik-wisata.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2019). Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Kabupaten Atau Kota di Bogor Raya, 2019. <https://bogorkab.bps.go.id/indicator/16/201/1/jumlah-wisatawan.html>
- Baskoro, D. A., & Qayyimah, F. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan The Effect of Tourism AttractionoOn The Decision To.* 5(1), 1–24.
- Darmawan, D. (2019). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. *Jim*, 8(1), 51.
- Dinda Bella Pramita, D., & Salsabila Fauziah, D. (2017). *Pengaruh Manajemen Keselamatan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kaliurang Yogyakarta.* 0274, 1–6. www.ampta.ac.id
- Rudy, D. G., & Mayasari, I. D. A. D. (2019). Prinsip - Prinsip Kepariwisataan dan Hak Prioritas Masyarakat dalam Pengelolaan Pariwisata berdasarkan Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. *Jurnal Kertha Wicaksana*, 13(10), 73–84.
- Tinggi, S., Bima, I. E., & Ernawati, S. (2021). Pengaruh daya tarik wisata terhadap

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 Nomor 3 (2024) 1214-1228 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v6i3.4811

minat berkunjung di kawasan amahami kota bima Sri Ernawati. *Insight Management Journal*, 1(2), 50-54.
<https://journals.insightpub.org/index.php/imj>